

CONSTRUCT VALIDATION INSTRUMENT OF ONLINE SHOOPING MODEL (Case Study : Electronic Ticket)

Renny

Fakultas Ekonomi, Universitas Gunadarma

Jalan Margonda Raya No. 100 Depok

renirana@staff.gunadarma.ac.id

Abstract

The study objective is to develop measurement tool for online shopping model. Considering model built using latent variables, research instrument deployed was questionnaire. Model was built using seven (7) latent variables such as perceived easy of use, perceived usefulness, attitude, intention, actual behavior, trust, and experience. Each of them are measured using 5, 5, 5, 5, 4, 5, 6, and 5 manifest variables (indicators) respectively. Perceived easy of use, perceived usefulness, intention, and actual behavior measurements were developed based on Kloppping and McKinney, attitude and trust were developed based on Suh and Han, and experience based on Kim, Lee, and Kim. Questionnaire was distributed to 20 respondents. Validation test was performed using Product Moment Pearson correlation. Test shows that perceived easy of use, perceived usefulness, attitude, intention, and experience were valid in which each of them measured with 5 manifest variables. Same evidence for actual behavior and trust variables which are also valid for 6 and 4 manifest variables respectively. Key Words : perceived easy of use and usefulness, attitude towards usefulness, intention to use, actual behavior, trust, and experience

VALIDASI KONSTRUK INSTRUMEN MODEL PEMBELANJAAN TERHUBUNG (Studi Kasus Tiket Elektronik)

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan alat ukur model pembelian terhubung. Alat ukur yang digunakan dalam mengukur variabel model pembelian terhubung adalah kuesioner. Model pembelian terhubung dikembangkan dari tujuh (7) variabel, yaitu persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, sikap terhadap kegunaan, niat pemanfaatan, pemanfaatan aktual, kepercayaan, dan pengalaman. Masing-masing variabel diukur menggunakan 5, 5, 5, 5, 4, 5, 6, dan 5 variabel manifest (indikator) secara berturut-turut. Variabel persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, niat pemanfaatan, dan pemanfaatan aktual dikembangkan dengan mengadopsi kuesioner penelitian Kloppping dan McKinney, variabel kepercayaan dan sikap mengadopsi Suh dan Han, dan variabel pengalaman mengadopsi Kim, Lee, dan Kim. Validasi dilakukan menggunakan teknik korelasi. Kuesioner disebarkan ke 20 orang responden. Uji validasi menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan, manfaat, pengalaman, sikap terhadap kegunaan, dan niat pemanfaatan memiliki validitas yang baik dengan jumlah pernyataan masing-masing 5. Variabel kepercayaan dan pemanfaatan aktual memiliki validitas yang baik diukur dengan 6 dan 4 pertanyaan secara berturut-turut.

Kata kunci : persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat, sikap terhadap kegunaan, niat pemanfaatan, pemanfaatan aktual, kepercayaan, pengalaman